معالجة البرامج التلفزيونية بالقنوات الفضائية لثقافة الاختلاف السياسي وأثره على تحقيق الإصلاح السياسي

دعاء حامد الغوابي حلمي*

ملخص

تركز الدراسة على تحليل دور البرامج التلفزيونية التي تبث على القنوات الفضائية في تحقيق التنمية السياسية في إطار تحقيق استراتيجية الدولة التنموية 2030 عبر تحديد مظاهر الاختلاف السياسي ما بين القوى الحكومية وقوى المعارضة السياسية والحركات الشعبية في مناقشة قضايا الدولة المصرية السياسية، حيث في ظل تبني المجتمع المصري بقياداته العليا وكذلك الخبراء والمتخصصين والأفراد العاديين الذين يتم استضافتهم في البرامج التلفزيونية لثقافة الاختلاف السياسي الإيجابية يكون ذلك خطوة رئيسية في طريق الاصلاح السياسي.

إن البناء السياسي بكل مكوناته يمارس تأثيرًا كبيرًا على العملية الاتصالية كما أن وسائل الإعلام تعد جزءًا لا يتجزأ من مسؤوليات النظم السياسية، وتركز رؤية مصر 2030 على الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشته في مختلف نواحي الحياة والتي منها ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي ومشاركة كافة المواطنين في الحياة السياسية والاجتماعية، وتحقيق نمو اقتصادي مرتفع، وإن الاختلاف بين الأجيال هو اختلاف في الآراء بين جيل وآخر فيما يتعلق بالمعتقدات أو القيم سواء الثقافية أو السياسية أو الاقتصادية وغيره، وجوهر الخلاف السياسي هو الخلاف بين طرفين أو أكثر على السلطة والحق، ويحل الخلاف السياسي دستورياً وقانونياً وسلمياً، أي عن طريق الحوار.

وتُعد البرامج التلفزيونية أحد المنابر الإعلامية الاتصالية المؤثرة في تشكيل وعي الجمهور المصري على اختلاف فئاته العمرية والنوعية والاجتماعية والاقتصادية وغيره، كما استفادت البرامج التلفزيونية من مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق مزيد من الانتشار لها والتأثير، واتجاه البرامج التلفزيونية ومقدميها لتأسيس صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي والتعبير عن توجهاتهم السياسية، وحث الجمهور على التفاعل السياسي، وفيما بعد بوقت غير قصير توجهت المؤسسات الحكومية نحو تأسيس صفحات لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب مواقعها الالكترونية، لإدراكهم أنها منبرًا للتعبير عن توجه الدولة السياسي واستراتيجياتها التنموية.

الكلمات الدالة: الاختلاف السياسي- البرامج التلفزيونية- الإصلاح السياسي- رؤية 2030.

* باحث دكتوراه، وراصد إعلامي في مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار مجلس الوزراء

TV programs on satellite channels address the culture of political difference and its impact on achieving political reform

Abstract

The study focuses on analyzing the role of television programs broadcast on satellite channels in achieving political development within the framework of achieving the state's development strategy 2030 by identifying the manifestations of political difference between government forces, political opposition forces and popular movements in discussing the political issues of the Egyptian state, in light of the adoption of Egyptian society. With its senior leadership, as well as experts, specialists and ordinary individuals who are hosted on television programs for a positive culture of political difference, this is a major step in the path of political reform.

The political structure with all its components exerts a great influence on the communicative process, and the media is an integral part of the responsibilities of political systems, and Egypt's Vision 2030 focuses on improving the quality of life of the Egyptian citizen and improving its standard of living in various aspects of life, including consolidating the principles of justice and social integration and the participation of all Citizens in political and social life, and the achievement of high economic growth, and that the difference between generations is a difference in opinions between one generation and another with regard to beliefs or values, whether cultural, political, economic and other, and the essence of the political dispute is the dispute between two or more parties over power and right, and the dispute is resolved The political system is constitutional, legal and peaceful, that is, through dialogue.

Television programs are one of the media and communication platforms that influence the formation of the awareness of the Egyptian public of different age groups, quality, social, economic and others. Television programs have also benefited from social networking sites to achieve more spread and influence, and the trend of television programs and their presenters to establish pages on social networking sites and express their orientations.

political interaction, urging the public to engage in political interaction, and not a short time later, government institutions headed towards establishing pages for them on social networking sites in addition to their websites, realizing that they are a platform for expressing the state's political orientation and development strategies.

Keywords: political difference - television programs - political reform - vision 2030.

مقدمة:

إن البناء السياسي بكل مكوناته يمارس تأثيرًا كبيرًا على العملية الاتصالية كما أن وسائل الإعلام تعد جزءًا لا يتجزأ من مسؤوليات النظم السياسية، وتركز رؤية مصر 2030 على الارتقاء بجودة حياة المواطن المصري وتحسين مستوى معيشته في مختلف نواحي الحياة والتي منها ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي ومشاركة كافة المواطنين في الحياة السياسية والاجتماعية، وتحقيق نمو اقتصادي مرتفع، وإن الاختلاف بين الأجيال هو اختلاف في الآراء بين جيل وآخر فيما يتعلق بالمعتقدات أو القيم سواء الثقافية أو السياسية أو الاقتصادية وغيره، وجوهر الخلاف السياسي هو الخلاف بين طرفين أو أكثر على السلطة والحق، ويحل الخلاف السياسي دستورياً وقانونياً وسلمياً، أي عن طريق الحوار.

وفي الواقع، فإن العلاقة التبادلية أكثر ما تتبدى بين النظم السياسية ووسائل الإعلام، فوسائل الإعلام تشكل الذراع المعنوي والرمزي للنظام، لكن وسائل الإعلام تعتمد أيضًا على ما يوفره النظام السياسي من مصادر دخل وتشغيل بالإضافة إلى كونه مصدرًا مهمًا ودائمًا للمعلومات التي تتغذى عليها وسائل الإعلام، هذا بالإضافة إلى الحاجة الدائمة لوسائل الإعلام للمظلة القانونية والحماية التي توفرها السلطة، ولا يشك أحد في قدرة وسائل الإعلام على التأثير سواء على صعيد الاتجاهات والممارسات، أو في مجال ترتيب الأولويات والاهتمامات، بل إن هذا التأثير وصل إلى حد أن الأفراد لا يصدقون ما يرون أو ما يسمعونه، إلا بعد متابعته عبر وسائل الإعلام المختلفة. [1]

وفي ظل تمتع وسائل الإعلام بدور قوى وهام فى حياة الإنسان، فهي مصدر للمعلومات والترفيه والتعليم، ولا يمكن إغفال دور وسائل الإعلام في حياة الناس وفي تنمية المجتمع، ودورها الأساسي في المعرفة السياسية وزيادة الوعي السياسي لدى المجتمع، وتعتبر وسائل الإعلام مرآة للمجتمع، وأصبحت الآن ركيزة هامة للمجتمع والدولة، وهي أداة التواصل الأكثر تأثيراً، ولها دورها هو تعزيز المفاهيم الصحيحة في الوقت المناسب، وتُعد البرامج التلفزيونية أحد المنابر الإعلامية الاتصالية المؤثرة في تشكيل وعي الجمهور المصري على اختلاف فئاته العمرية والنوعية والاجتماعية والاقتصادية وغيره، كما استفادت البرامج التلفزيونية من مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق مزيد من الانتشار لها والتأثير، واتجاه البرامج التلفزيونية ومقدميها لتأسيس صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي والتعبير عن توجهاتهم السياسية، وحث الجمهور على التفاعل السياسي، وفيما بعد بوقت غير قصير توجهت المؤسسات الحكومية نحو تأسيس صفحات لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى

جانب مواقعها الالكترونية، لإدراكهم أنها منبرًا للتعبير عن توجه الدولة السياسي واستراتيجياتها التنموية.

أولا: مشكلة الدراسة:

تركز الدراسة على تحليل دور البرامج التلفزيونية التي تبث على القنوات الفضائية في تحقيق التنمية السياسية في إطار تحقيق استراتيجية الدولة التنموية 2030 عبر تحديد مظاهر الاختلاف السياسي ما بين القوى الحكومية وقوى المعارضة السياسية والحركات الشعبية في مناقشة قضايا الدولة المصرية السياسية، حيث في ظل تبني المجتمع المصري بقياداته العليا وكذلك الخبراء والمتخصصين والأفراد العاديين الذين يتم استضافتهم في البرامج التلفزيونية لثقافة الاختلاف السياسي الإيجابية يكون ذلك خطوة رئيسية في طريق الاصلاح السياسي.

ثانيا: أهمية الدراسة:

– أهمية موضوع الاختلاف وهذه الثقافة وانتشارها عبر البرامج التلفزيونية لأن هذه الثقافة الإيجابية تساعد على الارتقاء بالفكر والابتكار من خلال تقبل الاختلافات مما يساعد على النهوض والتنمية والارتقاء بالمجتمع، علاوة على أن ما تنشره هذه البرامج التلفزيونية من محتوى مختلف ويتضمن في بعض الاحيان اختلافات حادة والتي تعد مظهرًا سلبيا، قد تؤدي لإحداث بعض من الحراك المجتمعي نحوها وبالتالي التأثير على السلوكيات المجتمعية.

– لا يوجد انفصال بين البرامج التلفزيونية والإنترنت، حيث ان ما يبث على البرامج التلفزيونية يتم إعادة بثه عبر صفحات هذه البرامج أو القنوات على مواقع التواصل الاجتماعي إقبالًا متزايدًا من قبل الجمهور المصري، فوفقًا للإحصائيات التي أكدها موقع "اليكسا"[2] وعدد من الدراسات الإعلامية[3] جاءت مواقع "الفيس بوك، اليوتيوب وتويتر" من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المجتمع المصري، وبالتالي فإن استشكاف دور البرامج التلفزيونية كوسيلة اتصالية في الشأن السياسي يعد من الأهمية، خاصة مع استهداف الدولة وكثرة أحداث العنف التي طرأت علينا ومحاولة تهديد الأمن القومي المصري والتأثير على جمهوره ومحاولة استقطابه، وكذلك ظهور العديد من الآراء السياسية والتي تؤثر على قبول الأخر.

ثالثًا: أهداف الدراسة:

1-تحديد كثافة القضايا المجتمعية التي أثارتها البرامج التلفزيونية.

2-التعرف على طبيعة الفقرات التي يرتفع بها مستوى الاختلاف السياسي أثناء تناول القضايا المجتمعية بها.

3-طبيعة اتجاهات البرامج التلفزيونية في تناول القضايا المجتمعية المثارة في البرامج التلفزيونية.

4-الكشف عن طبيعة الاختلاف السياسي الإيجابي والسلبي الذي تبرزه البرامج التلفزيونية في تناول القضايا المجتمعية.

رابعًا: الدراسات السابقة:

تطرقت الدراسات لطبيعة المعالجة الإعلامية للمضامين السياسية وبعض المفاهيم السياسية، لكن لم يكن هناك إي ذكر لمفهوم الاختلاف السياسي وعلاقته بالمعالجات الإعلامية للبرامج الحوارية، لذا سيتم استعراض الدراسات التي تعلقت بالمعالجة الإعلامية التلفزيونية للقضايا السياسية أيا كانت طبيعتها، وكانت النتائج على النحو التالي:

- <u>المعالجات الإعلامية للقضايا والمضامين السياسية:</u>

- كشفت دراسة **(Juliane A Lischka، 2018)**[4] قيام محرري الأخبار على وسائل الإعلام الاجتماعية باستخدام العواطف كمعيار من معايير إختيار الأخبار على الفيس بوك أكثر من الأخبار على الإنترنت، كما أنهم يميلون لمشاركة الأخبار المسلية بنسبة أكبر من الأخبار الخاصة بالسياسة والاقتصاد، لكنهم يسعون جاهدين للحصول على "مزيج جيد" من الأخبار التي تجذب مستخدمي الفيسبوك والمعايير الصحفية المهنية، واتضح من دراسة **(أسماء أحمد السيد، 2018)**[5] أن قناة اليوم السابع على اليوتيوب جاءت فى مقدمة القنوات التى تهتم بعرض ومتابعة الأخبار والمعلومات حول القضايا السياسية المثارة فى مصر بعد ثورة30 يونيو، وان أن القنوات الإخبارية على موقع يوتيوب تؤثر على مواقف الرأي العام خلال فترة الأزمات والأحداث الهامة تأثير (متوسط)، واكدت دراسة **(حسن خليفة، 2018)**[6] أن قضية تيران حظيت باهتمام إعلامي ومجتمعي كبير، وشكلت الصفحات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي اتجاهات مختلفة من الآراء نحو طبيعة القرار السياسي بخصوص هاتين الجزيرتين وهو ما أدى لوجود حالة من الاختلاف السياسي المجتمعي، واشارت دراسة **(نجوى حامد حسين، 2018)**[7] إلى تناول القضايا السياسية جاء في المرتبو الأولى، وكذلك ارتفاع أعداد المبحوثين الذين يثقون في الأخبار و المعلومات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، واتضح من دراسة **(Maarja Siiner &Svetlana L'nyavskiy-Ekelund، 2107)**[8] أن المناقشات السياسية تميل إلى إشعال الأجواء بشكل دوري خاصة في اوقات الأنتخابات، كما تبرز المعالجات الساسية في أوقات الأزمات السياسية الخارجية والأمنية، وتشير دراسة **(Nicholas&Fabian،2108)**[9] إلى أن الطريقة التي يتحدث بها السياسيون عن العرق

تؤثر على قوة المواقف العرقية في الأحكام السياسية، كما يعترف العديد من المواطنين بالمحتوى العنصري المعادي في الاتصالات السياسية ، لكنهم لم يصبحوا غاضبين أو منزعجين من ذلك، كما أكدت **دراسة (David strombelg، 2015)** [10] أن التغطية الإعلامية تزيد من مسألة المناقشات السياسية، وهو الأمر الذي يبدو جيداً لتحسين السياسات، والتي تحسن كلا من الحوافز واختيار السياسيين.

- كما اتضح من نتائج **دراسة (السيد لطفي حسن زايد، 2017)** [11]أن الموضوعات السياسية جاءت في الترتيب الأول في فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة على مستوى البرامج الثلاثة، وجاء الإرهاب في الترتيب الأول بالنسبة للموضوعات السياسية، تلاه الدعوة لمظاهرات 11/11 في الترتيب الثاني، تلاه في الترتيب الثالث غلاء الأسعار كما يرى 53.2% من المبحوثين أن البرامج الحوارية لا دور لها في إشعال ثورة 25 يناير، و يرى 45.9% من المبحوثين أن البرامج الحوارية ساهمت في ثورة 30 يونيه 2013م بشكل مباشر، أظهرت نتائج **دراسة (أميرة عبد الرحمن محمد، 2017)**[12] أن البرامج الحوارية وصفت أحداث الثَّورة المصريَّة من خلال استخدام المفردات والمعانى السلبية بالتغطية الإعلامية للأحداث بصورة أكبر من استخدام المفردات والمعانى الإيجابية خلال التناول الإعلامى لوصف أحداث الثَّورة المصريَّة بالمرحلتين، كما اتضح من **دراسة (مريم بهجت جمال، 2016)**[13] غلبة الاتجاه السلبي على أخبار مصر المقدمة في القنوات الاجنبية محل الدراسة في فترة الثلاث سنوات التي عقبت الثورة المصرية يناير 2011 عبرت أغلب المواد المصورة بالمحتوى التليفزيوني المقدم في أخبار مصر محل الدراسة حالة عدم الاستقرار والاضطراب في الشارع المصري، أشارت **دراسة (نسمة محمد محمد، 2015)**[14] إلى أن نسبة 29.6% من أفراد العينة يتابعوا الأحداث والقضايا السياسية على القنوات الفضائية الإسلامية، ونسبة 49.3% منهم يتابعونها أحيانا, ونسبة 21.1% منهم لا يتابعونها، وأكدت **دراسة (رشا عبد الرحيم عبد العظيم مزروع، 2014)**[15] غلبت نوعية الأخبار السلبية في تغطية القنوات الفضائية للأحداث والقضايا أن ذاك حيث كان أغلب ما تقدمة القنوات هو الأزمات والإعتداءات والإعتقالات والمواجهات الصدامية وهذا ما سلطت القنوات عليه الأضواء في تلك الفترة.

- وأشارت **دراسة (رجاء الغمراوي، 2014)**[16] إلى وجود فروق بين قنوات التلفزيون الفضائية فيما يتعلق بتناولها لقضية الانتخابات الرئاسية من حيث طريقة العرض ومدى الموضوعية والتحيز والعرض بوعي معرفي بأهمية القضية التي تتم مناقشتها مما يعكس اختلاف في المعالجة الإعلامية تؤثر بشدة على معارف واتجاهات الجمهور تجاه قضية الانتخابات الرئاسية، كشفت **دراسة (علياء علي محمد عنتر، 2013)**[17] عن أهم الأطر

التي تم تمثيل الشعوب العربية، وهي إطار الاحتجاج والرفض بنسبة 46.5%، أهم القضايا والموضوعات التي تمت معالجتها في البرامج الإخبارية القضية الفلسطينية بنسبة 35%، كما يستند صناع الأخبار إلى السياسة الإعلامية للقناة في عملية بناء الأطر الخبرية للقضايا العربية هذا ما توصل إليه **(ياسر عبد اللطيف، 2013)**[18]، وجاء حجم التغطية الإخبارية المخصصة للصراع العربي الإسرائيلي أكبر في قناة الجزيرة من قناة العربية **في نتائج دراسة (محمد المصري وآخرون، 2013)**[19]، وتوصلت **دراسة (أميرة فتحي، 2012)**[20] إلى أن إطار مرجعية القوى السياسية في قناة الجزيرة في المقدمة، يليه الإطار السياسي، ثم الإطار القانوني، فالإطار الديني.

- كما توصلت دراسة **(Tesunbi&Nwoye 2014)**[21] إلى أن التعرض للشكل الإخبارى فى وسائل الإعلام له تأثير إيجابى على معدل مشاركة الأفراد فى المجال السياسي الذى يشمل "الوعى السياسي, المشاركة السياسية", **فى المقابل** خلصت نتائج دراسة **(عبدالله العنزى 2014)**[22] إلى محدودية تأثير وسائل الإعلام على الثقافة السياسية للشباب الجامعى, حيث أظهرت النتائج أن دور وسائل الإعلام المتمثلة فى (التليفزيون, الراديو, والصحف) فى تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب جاء بدرجة متوسطة. وفى ذات السياق أشارت دراسة **(Sue Skipworth 2009)**[23] إلى أن التليفزيون يلعب دورًا كبيرًا فى التأثير على معارف الأفراد الأصغر سنًا بدرجة أكبر من الأفراد الأكبر سنًا، بالإضافة إلى أن الإعلم الجديد يتيح الفرصة للتعرض للمعلومات والأخبار السياسية الوفيرة, والعمل على نشرها على نطاق واسع، فقد ساهم في تنمية وعيهم بالقضايا والأحداث **(Jang yong 2005)**[24]، كما توصلت دراسة **(Natalia, et al 2009)**[25] إلى وجود ما يسمى بثقافة الشباب وهى إطار يتشكل من خلاله التوجه السياسي للشباب، وتوؤثر على مستوى الوعى السياسى للشباب, وهذا ما اتض من دراسة **(Kwang yoon 2010)**[26]

- نجد أن المعرفة السياسية تعد أحد أبرز العوامل المؤثرة على مستويات المشاركة السياسية, فقد اتسمت عينة **دراسة (محمد نبيل الألفي، 2014)**[27] بمستوى مرتفع من المعرفة السياسية بنسبة 55%، تلاه مستوى متوسط بنسبة 40%، وتعد المعرفة السياسية من العوامل المؤثرة على الوعى السياسى, فمتى إزدادت هذه المعرفة إزدادت القدرة على فهم القضايا السياسية **(Dietram, et al 2002)**[28]، اتفقت دراسة **(أيمن أبوعريضة، 2009)**[29], ودراسة **(أميرة طه، 2005)**[30], ودراسة **(سارة حمودة، 2011)**[31] على ارتفاع مستوى المعرفة السياسية بالقضايا والأحداث لدى الشباب.

- **تأثيرات التعرض للمعالجات الإعلامية السياسية بالبرامج الحوارية:**

- اثبتت دراسة **(سارة محمد نصر، 2018)**[32] أن هناك تأثير للتعرض للبرامج الحوارية على اتجاهات الجمهور نحو أداء مؤسسة الرئاسة الجزئي والعام، وأظهرت نتائج **دراسة (أميرة عبد الرحمن محمد، 2017)**[33] أن هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين بين معدل تعرض طلاب الجامعة للأحداث البارزة للثورة المصرية بالبرامج الحوارية والصورة الذهنية المتكونة لدي الطلاب عن هذه الأحداث، وتبنيهم اتجاهاً معيناً نحو الأحداث السياسية للثورة، كما توصلت **دراسة (إيمان محمد عبد الهادي، 2016)**[34] أن هناك علاقة بين ارتفاع معدل متابعه الشباب للقضايا السياسية في البرامج الحوارية وبين ارتفاع معدل ثقافة الاحتجاج والسخط السياسي على النظام، واتفقت معهما دراسة **(نسمة محمد، 2015)**[35] أن أفراد العينة تأثرت اتجاهاتهم نحو الأحداث والقضايا السياسية التي شاهدتها على القنوات الفضائية الإسلامية, واتفقت معها **دراسة (حنان يسري عبد اللطيف، 2016)**[36] أحيث كدت الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابي بين اتجاهات النخبة نحو معالجة القنوات الفضائية العربية لقضايا وموضوعات الثورة المصرية وبين كل من المكون المعرفي والمكون الوجداني وكذلك المكون السلوكي لهذا الاتجاه، وأكدت ما سبق **دراسة (إلهام جمال فتحي محمد، 2016)**[37]، الأمر الذى يوضح إن الشباب الجامعى يسعى إلى معرفة المعلومات والأحداث من خلال البرامج الحوارية وكذلك تكوين شعور وجدانى نحو الأحداث وبالتالى إتخاذ قرار المشاركة وهو المتمثل فى التأثيرات السلوكية، أشارت نتائج **دراسة (سارة محمد، 2016)**[38] إلى اتجاه الشباب نحو البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية للحصول على المعلومات التي قد تساعده في فهم ما يحدث ومعرفة ما يدور حوله من أحداث سياسية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- ندرة الدراسات التي اهتمت بمعالجة موضوعات التسامح والإختلاف السياسي.

- انخفض عدد الدراسات التجريبية في الشأن العربي مقارنة بالغربي.

- معظم الدراسات الإعلامية التي اهتمت بفئة الشباب، طبقت الدراسة على الشباب الجامعي فقط على الرغم من أن الشباب الجامعي لا يمثل فئة الشباب المصري بأكمله، وكان يجب أن تتوسع العينة لتشمل الخريجين والعاملين وغير العاملين من سن 18- 35 سنة.

- إن استخدام وسائل الإعلام الجديدة، وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يؤثر على معدل الحوار أو النقاش السياسي في أمور الحياة اليومية؛ سواء على مستوى القضايا العامة أو القضايا ذات الطابع المحلي الخاص.

- جاءت نسبة ثقة المبحوثين في جميع المصادر الإعلامية الإلكترونية عالية جدًّا والمهتمون بالأخبار السياسية يبحثون على الإنترنت أكثر من متابعة الأخبار التليفزيونية، ويرجع ذلك إلى أن الإنترنت تقدم معلومات بلا حدود وتغطية شاملة في أي وقت.

خامسًا: الإطار النظري: نظرية التهيئة المعرفية: Priming Theory

استمدت نظرية "**التهيئة المعرفية**" بعض جذورها من علم النفس المعرفى وبخاصة النظريات المعرفية Cognitive theories (مثل نظرية تمثيل المعلومات والبناء العرفي) حيث تهتم كل منها بالذاكرة الإنسانية وطريقة تعامل الأفراد مع المعلومات التي ترد إليهم من وسائل الإعلام المختلفة، وكيفية تخزينها بطريقة يسهل الوصول إليها في الذاكرة واسترجاعها عند الحاجة إليها، كما تُعد النظرية من النظريات التي تتناول التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام على الجمهور(39).

وتوجه مجموعة من باحثي الاتصال السياسي لربط فرضية وضع الأولويات بما نشير إليه بنظرية التهيئة المعرفية Priming Theory، وقد أجريت كثير من الدراسات التي أكدت على قدرة وسائل الإعلام على إحداث تغيير في آراء وسلوك الأفراد ليس لأنهم غيروا معتقداتهم وتقييماتهم للأشياء، وذلك لحدوث تأثيرات وجدانية أي التأثير على اتجاهات الجمهور(40)، وانطلاقًا مما سبق يمكن القول أن نظرية التهيئة المعرفية قد صممت لشرح الطريقة التي يتم بها تشكيل أفكار واتجاهات وأفعال الجمهور بما يتوافق وما تعرضه وسائل الإعلام المختلفة حيال قضية ما خلال فترة قصيرة. (41)

أشارت التعريفات المبكرة للتهيئة التي وردت في علم النفس المعرفي لفكرة التنشيط سواء المؤقت والجزئي من خلال التحفيز الخارجي، وتشير التهيئة priming إلى "التغييرات في المعايير التي يستخدمها الناس لإصدار تقييمات أيًا كانت مجال الحكم ما بين قضايا سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية وغيره"، وبالتالى تحدث التهيئة الإعلامية Media Priming، فعلى سبيل المثال، اهتمام وسائل الإعلام بقضية معينة يمنحها وزن أكبر في التقييمات(42)، كما أن ميول أو اتجاهات الأفراد الكامنة قد تتهيأ لتؤثر على تقييماتهم(43) ، وبالتالي يمكن القول أن الفرد يبني أحكامه أو تقييماته بناءً على المعلومات التي تم تنشيطها أو تفعيلها حديثاً، خاصة أن المواطنين يعتمدون إلى حد كبير على وسائل الإعلام من أجل الحصول على معلوماتهم أيًا كان المجال سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي وغيره، وبالتالي يتضح أن تأثيرات التهيئة كبيرة جدًا لدرجه تعنى أن الأفراد يبالغون في تقدير بعض الأمور ويقللون من شأن البعض الأخر.(44)

متغيرات النظرية:[45]

معدل التعرض للتغطية الإعلامية للقضية البارزة: Issue Exposure: تفترض نظرية التهيئة المعرفية تفترض أنه كلما زاد التعرض للمحتوى الإعلامي أيًا كانت نوعيته زاد تأثير التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام حول القضية البارزة بها، كما أن هؤلاء الأفراد قادرون على تغيير اتجاهاتهم من الاهتمام بقضية آخذة في التلاشي إلى قضية آخري آخذه في الظهور بشكل أكبر من الآخرين، وبذلك فإن التهيئة لا تصبح تأثيرًا لوسائل الإعلام، ولكنها تأثيرًا للبروز الكلي لإحدى القضايا في الساحة العامة. ([46])

المعرفة بالقضية البارزة: Issue Expertise: تفترض النظرية أن الأفراد الأكثر معرفة، يكونوا أكثر قدرة على إضافة معاني على القصة الخبرية بشكل سريع وأكثر كفاءة فى تخزينها واسترجعها فى الذاكرة عن الأفراد أقل معرفة، وبالتالي فالأكثر معرفة أكثر عرضة لتأثيرات التهيئة المعرفية لأنهم يتمتعون بشبكة مترابطة من المعلومات الغزيرة في الذاكرة تسهل عليهم تخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، ومعظم دراسات التهيئة بشكل عام تفترض أيضًا أن المواطن الأقل وعيًا سوف يكون أكثر عرضة لقبول المعلومات، [47] وبالتالي يمكن القول أن "المستويات العليا للمعرفة السياسية تعزز التهيئة المعرفية وأن المستويات العليا من المصلحة والإبانة وإن جاءت عكس القضية المثارة تقلل التهيئة المعرفية". [48]

الاهتمام بالقضية البارزة: Issue Interest : يفترض بعض الباحثين ضعف تأثير التهيئة المعرفية لدى الأفراد الأكثر اهتمامًا بالقضية حيث أن هؤلاء يكونوا أكثر استعدادًا لاستقبال الرسائل الأساسية بالإضافة إلى التفاصيل أيضًا كما أنهم أكثر احتمالية للتفكير وتقييم التفاصيل المثارة المرتبطة بالقضية محل التناول الإعلامي، أما بالنسبة للأشخاص منخفضي التعرض ومنخفضي الاهتمام بالقضية، فإن استرجاع المحتوى الإعلامي المخزن في ذاكرتهم في وقت الحكم سيؤثر على تقييمهم،[49] وبهذه الطريقة, تجعل التهيئة قضايا معينة أكثر عرضة لدخول حسابات قرارات الفرد أكثر دون التعرض لوسائل الإعلام.

الثقة في الوسيلة الإعلامية التي تقدم القضية البارزة: Media Trust : تفترض النظرية أن مستوى الثقة في معالجة الوسيلة للقضايا التي تقدمها يؤثر في تقييم المحتوى الإعلامي المستقبل من خلال الوسيلة وهو ما يترتب عليه تأثير التهيئة المعرفية التي يحدثها هذا المحتوى، أي أن المعرفة السياسية تؤدي إلى تزايد التهيئة طالما يثق الأفراد في وسائل الإعلام، [50] فعلى سبيل **المثال**: توصلت دراسة (آية محمد علي، 2017) [51] إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين التعرض للبرامج الحوارية ومستوى الثقة السياسية لدى أفراد

عينة الدراسة في حين لم توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة السياسية لدى العينة.

استفادة الباحثة من النظرية في الدراسة البحثية: ترى الباحثة أن تأثير نظرية التهيئة المعرفية بالنسبة للدراسة في أنه سوف يتم تحليل الرسائل الإعلامية التي تطلقها البرامج الحوارية وتمثل في طياتها القضايا الخلافية.

سادسًا: تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما معدلات تناول القضايا السياسية في البرامج الحوارية؟
2. ما ابرز القضايا السياسية التي تناولتها البرامج الحوارية؟
3. ما أشكال التفاعل التي اتاحتها البرامج الحوارية مع القضايا السياسية مجال النقاش؟
4. ما طبيعة الشخصيات والجهات التي تم التركيز عليها عند تناول القضايا السياسة؟
5. ما اتجاه التناول الإعلامي القضايا السياسية؟
6. ما أسانيد التأييد والمعارضة للمعالجة الإعلامية للقضايا السياسية؟
7. ما سمات الاختلاف التي كشفت عنها المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية؟

سابعًا: الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوع الدراسة: تُعد الدراسة** من نوعية **البحوث أو الدراسات الوصفية** التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها، وهنا تهدف الدراسة التعرف على كيفية تأثير البرامج الحوارية في خلق حالة من الوعي بالقضايا السياسية الخلافية بالكشف عن أطراف القضايا.

- **منهج الدراسة**: اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، والذى يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، فهو يُعد نموذجًا معياريًا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم،[52] ويستهدف منهج المسح تحليل المضمون في التعرف على الأليات والأسانيد التي يستخدمها القائمين على صناعة البرامج الحوارية في تعزيز ثقافة الاختلاف السياسي.

- **مجتمع وعينة الدراسة التحليلية وأداة جمع البيانات:** يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في كافة الصفحات والمجموعات التي تتناول الموضوعات والقضايا والأحداث السياسية بالبرامج الحوارية على القنوات الفضائية، لكن لكبر حجم هذا المجتمع، وبما أنه يصعب مسح هذا المجتمع كاملاً، فسوف يتم سحب عينة منه تتمثل في اختيار ثلاث برامج حوارية هم (على مسئوليتي للإعلامي أحمد موسى الذي يذاع على قناة صدى البلد- الحكاية للإعلامي عمرو أديب- التاسعة الذي يذاع على القناة الأولى الأرضية) لمدة ثلاثة شهور وهي من (يناير- مارس) 2022.

- **أما عن أداة جمع البيانات،** اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون، والذي يعرف بأسلوب الرصد والتوصيف الكمي والشامل والدقيق للمضامين الخاصة بمختلف الرسائل الاعلامية وفقاً لاستراتيجية بحثية، فهو أداه أساسية لجمع المعلومات وتحليل المحتوى[53] واعتمدت الباحثة على وحدة تحليل القضية المثارة في حلقات البرامج الحوراية، وكان هناك اعتماد أساسي على فئتين رئيسيتين في التحليل وذلك علي النحو التالي:

أ- فئات المضمون: وهي تتضمن عملية رصد وتحليل مضمون البرامج الحوارية ويتفرع إلى العديد من الفئات.

ب- فئات الشكل: وهذا النوع من الفئات يعد مكملاً لفئات المضمون فهي تعنى طريقة تقديم هذا المضمون للمتعرضين للبرامج الحوارية، وتضم أيضاً عدد من الفئات.

- **اختبارات الصدق والثبات**: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لها، [54] وذلك على النحو التالي:

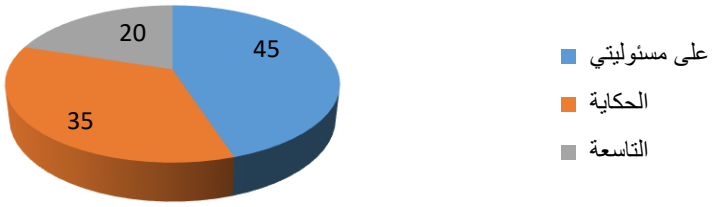
– **اختبار الصدق (Validity): الصدق الظاهري**: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، تم عرض أداة جمع البيانات (استمارة تحليل مضمون) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والإحصاء والسياسة.

– **اختبار الثبات (Reliability):** يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة التحليلية بقياس نقاط الاتفاق والاختلاف مع باحثين أخرين بخلاف الباحثة، وحساب الثبات عن طريق معادلة هولستي وكانت النتيجة 90%.

المعالجة الإحصائية للدراسة: تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)[55]، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

تاسعًا: نتائج الدراسة التحليلية:

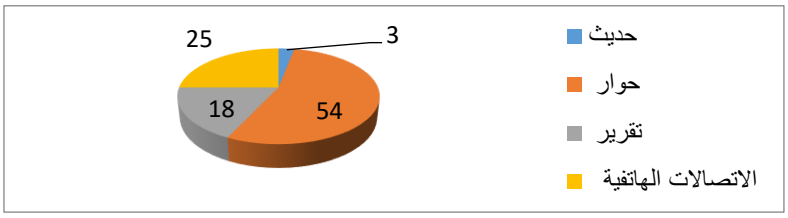
–



شكل رقم (1)- كثافة تناول قضايا المجتمعية بالبرامج التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن كثافة عدد القضايا التي تناولها برنامج على مسئوليتي الذي يذاع على قناة صدي البلد بنسبة 45% تلاه برنامج الحكاية للإعلامي عمرو أديب بنسبة 35%، وأخيرًا برنامج التاسعة الذي يذاع على القناة الأولى المصرية، وربما يعزو ذلك التدرج في مستوى كثافة التناول لأن قناة صدى البلد تتميز بكثافة عدد القضايا المجتمعية لأرتفاع عدد المراسلين الذين يمتلكهم البرنامج، وكذلك يليه برنامج الحكاية، في حين أن برنامج التاسعة يعد برنامجا حواريا بشكل رئيسي يركز على عدد رئيسي من القضايا، وكانت أكثر الفقرات التي ظهرت القضايا الخلافية فيها بالبرامج التلفزيونية كما يوضحها

الشكل التالي:

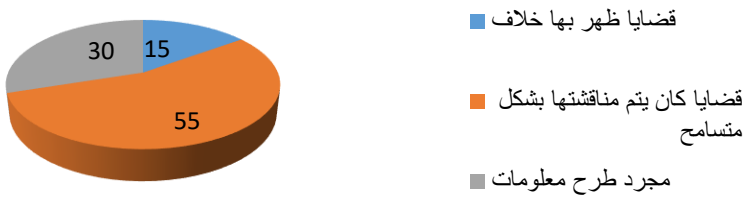


شكل رقم (2) الفقرات التي ظهرت القضايا الخلافية فيها بالبرامج التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن طبيعة الفقرات التي ظهر بها قضايا خلافية في البرامج التلفزيونية فقد جاء في المقدمة بروزها في الفقرات الحوارية بنسبة 54%، تلاه بروزها في الاتصالات الهاتفية بنسبة 25%، تلاه بروزها بنسبة 18% وفي الترتيب الثالث في التقارير المصورة، وأخيرًا جاء بروزها بنسبة 3% من عينة الدراسة من البرامج عبر الحديث المباشر.

وبشكل عام يتضح أن المؤسسات التلفزيونية الخاصة تمتلك موزانات مرتفعة يمكنها من ارتفاع عدد الإعلاميين والإمكانات في الوصول لأكبر ، وهو ما أكدت عليه العديد من الدراسات السابقة، من حيث تأثير ذلك على ارتفاع الأداء المهني للمؤسسات الخاصة عن الحكومية، حيث أشارت دراسة (نورهان إبراهيم، 2020)[56] للعوامل المرتبطة بالأداء المهني لمراسلي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية الفضائية المتخصصة، والتي كان من بينها التأثير التقني بالقنوات الرياضية الذي يزيد من قدرات ومواهب المراسل الرياضي، كما أثبتت دراسة (محمد عبد الفتاح حسين، 2019)[57] وجود علاقة بين نظم إدارة التكلفة وتحليل مقوماتها تمهيدًا للوصول لمدخل متكامل لإدارة التكلفة يتواكب مع التطور التقني لمؤسسات الإنتاج الإعلامي، حيث ثبت وجود أثر لتقنيات الإنتاج الإعلامي الحديثة على نظم إدارة التكلفة، كما توصلت دراسة (محمد فتحي عبد السميع، 2019)[58] إلى التأثير الإيجابي للتكنولوجيا على تطوير الأداء الإداري بالمؤسسات الإعلامية في الدراسة، وقد تراوح هذا التأثير بين المشاركة في العمل والإطلاع على مراحله بين العاملين بالمؤسسة عبر شبكات داخلية في بعض الأحيان أو غرف أخبار مدمجة تقدم خدمة إخبارية مميزة بمختلف الوسائط أو من خلال تطوير العمل داخل المؤسسة لتتعدى الوسيط الواحد إلى عدة وسائط (مثل استغلال التكنولوجيا في البث التليفزيوني لمحطة نجوم إف إم وتطوير خدمات الموقع الالكتروني لها)، كما خلصت دراسة (جمال الدين وبوغرة، 2015)[59] لوجود أثر لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على فاعلية أداء العاملين والمؤسسة التلفزيونية الجزائرية ذاتها، حيث غيرت التجهيزات والمعدات بنسبة 80 %بتطوير أداء العاملين في مؤسسة التلفزيون الجزائري في ورقلة يعتمدون المؤسسة، وأن التقنيات الحديثة المستخدمة في المؤسسة كان لها أثر إيجابي على تحسين أداء العاملين سيما أن 76 %منهم تلقوا دورات تدريبية خاصة في هذا المجال.

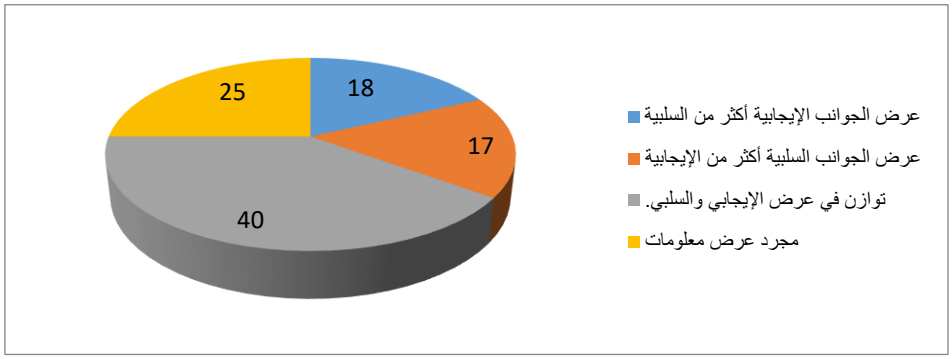
- كثافة الاختلاف الذي ظهر في البرامج التلفزيونية:



شكل رقم (3)- كثافة الاختلاف الذي ظهر في البرامج التلفزيونية

يكشف الشكل السابق عن كثافة الاختلاف الذي ظهر في البرامج التلفزيونية فقد جاء قضايا كان يتم مناقشتها بشكل متسامح بنسبة 40%، تلاه نسبة 35% من القضايا التي يتم مناقشتها عن طريق طرح معلومات، تلاه في الترتيب الثالث نسبة 25% من عينة الدراسة التي ظهر بها اختلاف سياسي سلبي، أن بروز الاختلاف السلبي بهذه النسبة أيضًا يعد مؤشرًا لضرورة تعزيز ثقافة الاختلاف في المجتمع المصري، حيث أوضحت دراسة (إيمان عز الدين دوابه، 2017)[60] أن تغيب هذه الثقافة عن مجتمعنا المصري وخاصة في ظل ظروف التغيير التي تمر بها مصر لأسباب عديدة من أهمها أن مبدأ الحوار والتحاور لم يأخذ طابع الأهمية منذ سنوات عدة، علاوة على تزايد وسائل الإعالم الذي انعكس سلبا على مستوى النقاش فأصبح الهدف البحث عن الكم للكيف وللأسف هناك أعداد كبيرة من الجماهير قد تتحمس أكثر للحوارات التصادمية المشحونة وبالتالي اتجهت هذه الوسائل إلى استقطاب الأعلى صوتا والأكثر هجوما. والأسوأ من هذا كله أن منهم من يؤثر على تشكيل الرأي العام ويؤثر على صناعة القرار، وبالتأكيد فإن تنمية الوعي بثقافة الاختلاف مرهون بالاعتراف بوجودها كمشكلة وأنها من عوامل تدهور وتأزم الأجواء, مشيرا إلى أهمية دور المؤسسات التعليمية والإعلامية في تنمية هذا الاتجاه السلوكي كحال أية ثقافة أو ممارسة أخرى.

وارتباطًا بنتيجة تصدر الاختلاف الإيجابي في تناول القضايا المجتمعية التي تناولتها البرامج، جاء التوزان بين عرض وجهة النظر الإيجابية والسلبية في المقدمة، حيث أن الاختلاف الإيجابي يتمثل في عرض الرأي والرأي الآخر، وإبراز التضاد لأجل توضيح الرؤية، تلاه عرض الجوانب الإيجابية أكثر من السلبية، ثم العرض المعلوماتي، وأخيرًا جاء عرض الجوانب السلبية بشكل أكبر من الإيجابية، وهي النسب التي يوضحها الشكل التالي:

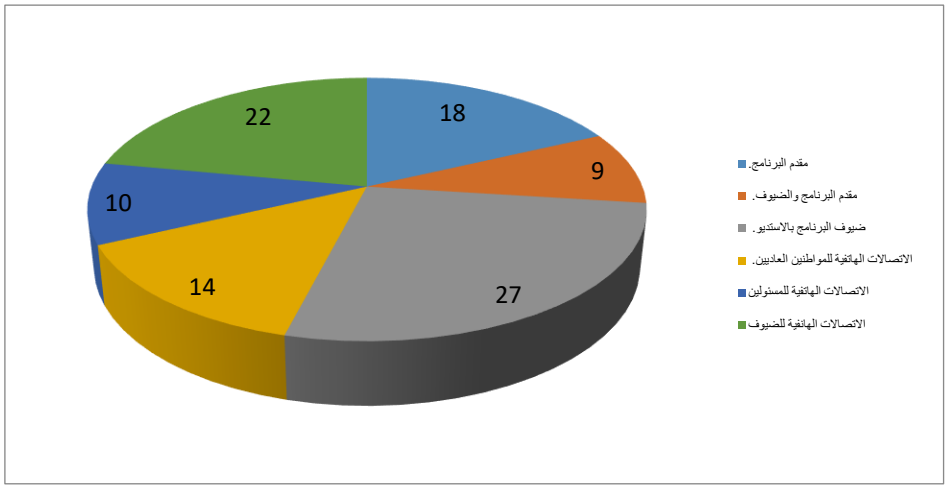


شكل رقم (4)- الاتجاه العام لتناول القضايا في البرامج التلفزيونية

وتقوم فكرة الإيجابية والسلبية، على أساس أن الاختلاف في الرأي يساعد في الوصول لحلول وسيطة ونقاط اتفاق، تمكن من الاستمرار وتحقيق التعايش السلمي، ويتضح من إجابات عينة الدراسة أن هناك اتجاع غالب لدى الشباب بأن اختلاف الرؤي لا يعني الخلاف، حيث هناك فرق بين تعريف الاختلاف والخلاف، [61] حيث أن الاختلاف والمخالفة أن يأخذ كل واحد طريقًا غير طريق الآخر في حالة أو قوله، والاختلاف هو أن يكون الطريق مختلفًا، والمقصود واحدًا، والخلاف هو أن يكون كلاهما (أي الطريق والمقصود)

مختلفًا، والاختلاف ما يستند إلى دليل، والخلاف ما لا يستند إلى دليل، والاختلاف من آثار الرحمة، والخلاف من آثار البدعة، ومما سبق يتضح أن الخلاف أعمق وأبعد من الاختلاف، فالأول مرفوض، والثاني مأذون فيه شرعًا إعمال لملكة الاجتهاد ومعطيات العقل، حيث أن **مفهوم الاختلاف السياسي، ويقابله مفهوم التسامح السياسي**، الذي يقتضي الاعتراف بالآخر والمختلف عنه وحقوقه وإعلاء المصلحة العامة على المصالح الخاصة، ومن قيم التسامح السياسي الإيجابية المساوزاة في الحقوق والواجبات، وحرية التعبير، المرونة والتحالف، الوضوح والمصداقية وإعلاء المصلحة العامة، ونبذ النظرة الدونية إلى بعض فئات المجتمع، بالإضافة إلى نبذ الأنانية والقبلية المسيسة. [62]

وقد أكدت الدراسات على أن البرامج الحوارية مؤخرًا حظيت بجماهيرية كبيرة وذات طابع مميز لما تتمتع به تلك البرامج من ميزات من بينها الاهتمام بالقضايا والأحداث الجارية، والجرأة الشديدة في تناول الموضوعات والقضايا الاجتماعية والسلبيات، والاعتماد على مقدمي برامج يتمتعون بشعبية وجماهيرية كبيرة، وأصبحت حلقة الوصل بين المسؤولين والجماهير، حيث تتلقى هذه البرامج شكاوى الجماهير وتحاول أن تعرضها على المسؤولين، كما تشتمل على جزء معلوماتي ثقافي يتمثل في استضافة الكثير من الشخصيات المهمة في المجتمع في محاولة للوصول إلى أسرار هذه الشخصيات وكشف غموضها[63]، وكانت أطراف الاختلاف في البرامج التلفزيونية أثناء مناقشة القضايا المجتمعية التي بها نوع من الخلاف، صادرا عن الأطراف التالية، كما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (5)- أطراف الاختلاف في البرامج التلفزيونية

وتنوعت أسباب الاختلاف السلبي التي كشفت عنها المعالجات الإعلامية للبرامج التلفزيونية والتي برزت بشكل أكبر في البرامج التلفزيونية الخاصة تلاه الحكومية، تمسك الأطراف بالرأي وعدم قبول الحوار في المقدمة، تلاه التعصب للموقف السياسي، ثم اختلاف المرجعيات الخاصة بالضيوف ما بين الدينية والثقافية والسياسية، وأخيرًا جاء عدم الوضوح

من قبل بعض أطراف القضية، وقد أوضحت الدراسات أن **التعصب ظاهرة عالمية وأكثر ارتباطاً بالدين والسياسة**، حيث أصبح مصطلح "متعصب" في الآونة الأخيرة يتمتع بمكانة مركزية في المناقشات المتعلقة بالتوجه السياسي، والدين، والإرهاب على وجه الخصوص وأن التعصب يلهم الإرهاب والتطرف الديني؛ وأن التعصب يدفع إلى العنف؛ ذلك التعصب يزداد انتشارا، [64]حيث من الممكن أن نجد في كل مجال تقريبا من مجالات النشاط الإنساني بما في ذلك النشاط الاجتماعي، والعسكري والترفيه بعض البيئات الاجتماعية التي يمكن أن تحفز السلوك المتعصب (على سبيل المثال، بعض الطوائف الدينية، الأنظمة الشمولية، وحالات القتال الشديد أثناء الحرب، وما إلى ذلك)، إلا أن التعصب يرتبط في معظمه بشخصيات معينة، مما يعني أن بعض الناس أكثر عرضة للتعصب من غيرهم.

وللإعلام دور في تعزيز التعصب أو الحد منه، ففي وسائط الإعلام الاجتماعية، بوصفها حيزا ديمقراطيا جديدا، بها تتميز به من إمكانيات عديدة للوصول إلى المعلومات والتفاعل مع مستعملين آخرين، يمكن أن تعرض حياة الديمقراطية نفسها للخطر، حيث تبين وجود نوعين من التعصب برز وجودهما عبر وسائل الإعلام الاجتماعية؛ هما التعصب السياسي والدين، ويعزز كلا النوعين أيديولوجيتهما من خلال الهواتف الذكية والحسابات الشخصية والمواقع الشبكية التي يتم تداولها في وسائط الإعلام الاجتماعية وهو ما سمح بالخلافات عبر المساحات الافتراضية حيث أشعلت بعض التدوينات المتعصبة جدلا وصراعا وبعضها الآخر يصمت، فضلًا عن استغلال الحركات المتطرفة لهذه المواقع في غسيل العقول بأفكارهم، وبالتالي تشجع وسائل الإعلام الاجتماعية التعصب وإشعال الصراعات بين الأفراد حيث أصبحت "منطقة حرب" يستطيع فيها أي شخص أن يقول أي شيء لأي شخص، بما في ذلك بعض المسائل الحساسة مثل الدين والسياسة والعرق[65].

في حين تمثلت أشكال الاختلاف الإيجابي في الاتفاق على الرأي، وتقبل الاختلافات في الاراء دون خلاف أو شجار أي التسامح في الحديث، وبالتالي محاولة الوصول لنقاط اتفاق وسط بين الأطراف المختلفة، فضلًا عن تطرق بعض الحوارات لأهمية مظاهر الاختلاف وعدم قبول الأخر، وتقبل التعددية وأنها مظهر ثقافي رائع، والتأكيد على مساواة وعدم التمييز في التعامل المجتمعي والقوانين، وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة (دعاء حامد الغوابي، 2021)[66] بأن الجمهور لا يتجه نحو الاختلاف السلبي، حيث تعزيز الاختلاف الإيجابي، وهو الأمر الذي يعد طبيعيًا خاصة بعد مواكبة المجتمع المصري لعدد من الثورات والاحتجاجات والاعتصامات التي تطالب بالحرية والرأي والرأي الأخر، وخوضه انتخابات رئاسية وبرلمانية فعلية يكون لرأيه قيمة، وبالتالي بدأ يعايش المجتمع المصري بشكل عام أجواء الحرية السياسية، علاوة على اهتمام الدولة بشكل خاص بتنمية ثقافية والسياسية للشباب في محافل ومبادرات رئاسية مختلفة، جاء أقل مظهر للاختلاف السياسي السلبي متمثلًا في عدم السعي للوصول لنقاط اتفاق بوزن 10 درجات، تلاه اعتبار السماح وقت الاختلاف خطأ بوزن 20 درجة، تلاه اعتبار التواضع عند الاستماع لرأي الآخر ضعف بوزن 25 درجة، وأخيرًا جاء عينة من الدراسة بوزن 22 درجة مقتنعة بأرائها فقط.

مقترحات الدراسة:

يتضح من نتائج الدراسة أن البرامج التلفزيونية بشكل عام يميل نحو ثقافة الاختلاف الإيجابي وعدم الصراع، وهو المناخ الإيجابي الذي يساعد على توسيع هوامش الحريات العامة، والتأكيد على حق الاختلاف بين البشر، والتعددية السياسية، وهو الأمر الذي لابد من ترجمة ذلك على المستوى القانوني والتشريعي، وعلى مستوى تطبيق النصوص القانونية والتشريعية، حيث الشروع بالعمل الجاد للقضاء على مظاهر العنف واللاتسامح على المستويين الرسمي والشعبي، وهذا يتطلب محاربة الأسباب التي أنتحت تلك المظاهر سياسية كانت أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، وهو الأمر الذي يتحقق من خلال تكاتف مؤسسات الدولة كلا يقوم بدوره في ذلك، أما عن الأدوار المنوطة من كل جهة، فهي كما يلي:

ويبرز دور الإعلام في تعزيز الرسائل الإيجابية للأسرة والمجتمع حول التسامح واحترام التنوع، ويُعد واجبًا على الإعلام المصري بشكل خاص التعربف بثقافات الآخرين والدعوة للانفتاح عليها والتعامل معها بحكمةٍ وإنسانية، وبناء قناعات لدى المجتمع المصري بأن التعددية والتنوع في خصائص السكان هما مصدر عزٍم وقوة للمجتمعات البشرية.. وتنمية قدرات المجتمع المصري على الحوار الصادق والعمل المثمر مع بعضهم البعض، من أجل نبذ التطرف والتشدد وتحقيق الرخاء والحياة الكريمة، في كل مكان، فعلي الإعلاميين أن يكونوا أكثر إدراكًا لأهداف الدولة وأكثر قدرة على أداء أدوارهم المهمة في خدمة المجتمع والإنسان، لذا توصى دراسة (إيمان عز الدين، 2017)[67] إعداد كوادر إعلامية تربوية مؤمنه بثقافة الاختلاف ومستوعبه لقيمتها لتسهيل نشرها وجعلها سلوكاً ممارساً.

- **التوعية المجتمعية عبر أليات مختلفة تتمثل فيما يلي:**

1. إن التربية والتثقيف الحزبي، يساهم بشكل رئيسي في توليد مظاهر اللاتسامح السياسي، ومن أجل توسيع دوائر التسامح، لابد من القضاء على كافة أشكال التعصب الحزبي السياسي، وأشكال التحريض ضد المختلف سياسيا.

2. توظيف الخطاب الديني في تعميم ثقافة وقيم التسامح وحق الاختلاف الإيجابي، والدعوة لنبذ كافة أشكال التحريض ضد المختلف، ونبذ التشدد والتطرف العقائدي.

3. توجيه وسائل الإعلام المختلفة، واستثمارها بشكل أمثل، لتنمية رأي عام مضاد للنزعات المتشددة أيا كان نوعها، من خلال نشر فن الحوار والقبول بالاختلاف، ومحاربة كافة مظاهر التعصب وأشكال التمييز، ونقد وتصويب أداء السلطات باتجاه الحفاظ على حقوق الإنسان.

4. عقد الندوات والمحاضرات وورش العمل حول كيفية إعادة بناء الشخصية المصرية على أساس التسامح واحترام الرأي الآخر، وإعادة صياغة المجتمع المصري، على أسس ديمقراطية قائمة على المساواة والعدل وتقبل الآخر وعدم التمييز، وأن يكون هناك تفعيل جيد لكافة المنصات الالكترونية إلى جانب الإعلام التقليدي في التوعية المجتمعية بثقافة التسامح وحق الاختلاف، بأن يكون هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي ثبت أنها الأعلى تفاعلًا من قبل الجمهور المصري تساعد على رفع الوعي بثقافة التسامح، ورصد

ونشر الوعي ضد أي مظاهر تعصب وكراهية، في إطار تأسيس فكرة حق الاختلاف الإيجابي البناء للمجتمع.

أما عن تعزيز دور المؤسسات الحكومية لأجل نشر ثقافة الاختلاف السياسي الإيجابية، بأن تسعى الحكومة لنشر قيم ومباديء التسامح والوسطية وقبول الآخر ونبذ العنصرية والتطرف، عبر سن التشريعات والقوانين ووضع المؤشرات الوطنية إلى جانب الاستعانة بالمؤشرات الدولية، وتطوير آليات العمل في مختلف المؤسسات الحكومية، وتشجيعهم على موائمة وتطوير سياساتهم ومنظومة خدماتهم سعيا نحو خلق مؤسسات تتميز بتسامحها واحترامها للتعايش والتعددية.

ويختص بهذا المجال بالعاملين في الوزارات والدوائر والمؤسسات بهدف زيادة الوعي ونشر ثقافة التسامح في آليات عملهم وممارساتهم اليومية، عبر اشراكهم في مجموعة من الفعاليات والأنشطة التي تتلاءم مع طبيعة عملهم تتسم بالثراء والمتعة والفائدة ولا تتطلب إضافة أعباء وظيفية، بل تسهم في تطوير منظومة مهاراتهم الوظيفية والحياتية، كما يسهم في أن تتميز المؤسسات بتسامحها واحترامها للتعايش والتعددية وتعزيز المقدرة على الابتكار الذي يجلبه التنوع.

ويتضمن التوجه العام للحكومة بخصوص هذه الجزئية، زيادة الوعي ونشر ثقافة التسامح في آليات العمل والممارسات اليومية للموظفين، وأن تكون مؤسسات القطاع الحكومي نموذج يحتذى به بتسامحها واحترامها للتعايش والتعددية وتعزيز المقدرة على الابتكار وتوظيف التنوع الثقافي لبث روح التسامح في المجتمع، وأن يكون هناك اهتمام بمؤشرات ومقاييس وأبحاث للتسامح وقياس التسامح في المؤسسات من خلال الجوائز والبرامج الوطنية المستدامة في التسامح.

أما عن تعزيز التسامح لدى الجمهور ووقايتهم من التعصب والتطرف:

يتم تفعيل دور الجمهور في مختلف مجالات العمل الإنساني والاهتمام بدورهم في تعزيز قيم التسامح والتعايش، ووقايتهم من التعصب والتطرف، وتمكينهم للمساهمة في صناعة المستقبل المشرق، حيث التركيز على تمكين وتأهيل جيل جديد كي يكونوا طاقة إيجابية تسهم في نشر قيم التسامح والتعايش بالاعتماد على ركائز أهمها: نشر قيم التسامح والتعايش للأفراد والأسر والمجتمعات، وأن تعزيز قيم التسامح مسؤولية الجميع، وتحفيز المجتمع من أجل تحقيق الخير والرخاء في المجتمع وتوعيتهم بمخاطر التطرف والتشدد، ودعم قدراتهم على مواجهته، حيث أن الاعتراف كمفهوم يقضي الإقرار بالاختلاف الواقعي بين البشر، الأفراد منهم والجماعات، والعمل على ضرورة ترسيخ فكرة التوافق على العيش معًا بالرغم من الاختلاف"، حيث أن الاختلاف ليس سببًا للجفاء والتباعد والتباين في وجهات النظر، ولا يلغى الجوامع المشتركة بين الأفراد، وتعدد الاجتهادات ليس مدعاة للنبذ والنفي، وإنما كل هذا يؤسس للانخراط في مشروع التعارف والفهم المتبادل". [68]

أما على صعيد المقترحات البحثية:

– إعداد دراسات تتبعية تحليلية لقياس مفهوم الاختلاف، لأنه بطبيعته كمفهوم يتأثر بالتغيرات التي تحدث بالبيئة سواء على النظم التعليمية أو السياسية أو الاقتصادية وغيره، لذا

يعد أمرًا جديا قياس تأثير الاختلاف كما تبرزه كافة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وإعداد دراسات من المحتوى الثاني متعلقة بالاختلاف، وذلك لأن الاهتمام منصب على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته ولكن هناك إغفال لدور الإذاعة والصحف، فضلًا عن تحليل كافة صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التركيز على موقع الفيس بوك في المقدمة.

– إعداد دراسات ميدانية لقياس الفروق بين الجمهور من حيث المفاهيم المرتبطة بالاختلاف السلبي كالتعصب والاغتراب السياسي والسخط السياسي، والعزلة السياسية.

– إعداد دراسات ميدانية لقياس تأثير وسائل الإعلام على اختلافها في تناول هذه المفاهيم السياسية، حيث يعد امرا مهما الاهتمام بالإعلام السياسي، في ظل ما واكبته الدولة من تغيرات سياسية متعاقبة.

– إعداد دراسات ميدانية ومقابلات متعمقة لأجل قياس مستوى الاختلاف والتسامح السياسي لدى الإعلاميين والصحفيين في المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة سواء كانت التلفزيونية أو الإذاعية أو الصحفية وغيره.

– إعداد دراسات ميدانية ومقابلات متعمقة لأجل قياس مستوى الاختلاف والتسامح السياسي لدى القائمين على إدارة الصفحات الرسمية والخاصة لكافة المؤسسات الإعلامية أيا كانت طبيعتها.

المراجع

(1) سميرة بلعربي. الصراع السياسي في الجزائر من خلال الصحافة الفرنسية: دراسة مقارنة بين يوميتي Figaro Le و Liberation من 13 جانفي" يناير 1992 "إلى 15 أفريل" أبريل 1999. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. العدد 17. مايو 2017. ص 379

(2) http://www.alexa.com/topsites/countries/EG. accessed in: 30/12/2020

(3) الدرسات في هذا السياق:

– أميرة إسماعيل خالد (2017) " دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتليفزيون).

– محمد فتحي توفيق الصائغ (2015) " استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب YouTube والإشباعات المتحثة منها"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).

– هشام سعيد فتحي عمر البرجي(2015) "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).

– دعاء حامد الغوابي(2014) دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة المصرية لحقوقها: دراسة ميدانية، **المؤتمر العلمي الدولي العشرون بعنوان "مستقبل الإعلام المصري في ظل الدستور 2014"**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 22-23 يونيو ، ص ص 279: 351.

– خالد عبده (2014) "علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الانترنت" **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, قسم الإذاعة والتليفزيون).

– نرمين زكريا خضر(2009) "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة علي مستخدمي مواقع الفيس بوك"، **ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر**, كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير.

– محمود حمدي عبد القوي (2009) "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدي الشباب، دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، **ورقة بحثية مقدمة إلي مؤتمر الإعلام والإصلاح والواقع والتحديات**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، 7-9 يوليو.

– مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار(2010) "الإعلام الإلكتروني في مصر.. الواقع والتحديات"، **تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار- مجلس الوزراء المصري**، السنة الرابعة، العدد 38، ص 4.

– أميرة إسماعيل خالد (2017) " دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتليفزيون).

(4) Juliane A Lischka. " Logics in social media news Making : How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards". **Sage Journalism.** 2018, aviable at: http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884918788472

(5) أسماء أحمد السيد(2018) "تأثير اليوتيوب على الإتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 30 يونيو (رصد - اليوم السابع - الأهرام) نموذجا". **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام).

(6) حسن خليفة حسن (2018) "دور القنوات الفضائية والإنترنت في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو المؤسسات السياسية والتشريعية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة).

(7) نجوى حامد حسين (2018) "دور الشبكات الإجتماعية فى التسويق السياسى لمرشحى الإنتخابات البرلمانية فى مصر 2015 : دراسة تحليلية ميدانية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام).

(8) Maarja Siiner &Svetlana L'nyavskiy-Ekelund (2017) "Priming Language Political Issues as Issues of State Security: A Corpus-Assisted Discourse Analysis of Language Ideological Debates in Estonian Media Before and After the Ukrainian Crisis". **Language Policy Beyond the State**. pp 25-44.

(9) Nicholas A. Valentino and Fabian G. Neuner(2018) " The Changing Norms of Racial Political Rhetoric and the End of Racial Priming" . **The Journal of Politics**. Vol 80, No3.

(10) David Stromberg. Media Coverage and Political Accountability: Theory and Evidence. 2015. On line**:** **http://perseus.iies.su.se/~dstro/HoME.pdf.**Date of Search: 1/12/2015.

(11) السيد لطفي حسن زايد (2017) "دور القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين (15-17) سنة: دراسة مقارنة قبل وبعد ثورة 25 يناير" **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال)

(12) أميرة عبد الرحمن محمد (2017) "دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للثورة المصرية لدى طلاب الجامعات" **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال)

(13) مريم بهجت جمال (2017) "صورة المصريين كما تعكسها القنوات التلفزيونية الأجنبية بعد ثورة 25 يناير: دراسة تحليلية وميدانية" **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون)

(14) نسمة محمد محمد إبراهيم (2015) "معالجة القنوات الفضائية الإسلامية للأحداث السياسية بعد ثورة 25 يناير واتجاهات الشباب الجامعي نحوها" **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام)

(15) رشا عبد الرحيم عبد العظيم مزروع، "أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور في عهد الرئيس محمد مرسي (دراسة تحليلية مقارنة). **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. العدد السادس والأربعون. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير- مارس 2014).

(16) رجاء الغمراوي. أثر التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية على الانتخابات الرئاسية 2014. في: **المؤتمر العلمي الدولي الأول** بعنوان مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة خلال الفترة من 1- 3 نوفمبر 2014. كلية الإعلام- جامعة فاروس، الاسكندرية. 2014.

(17) علياء على محمد عنتر(2013) " دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية ميدانية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).

(18) ياسر عبد اللطيف (2013) "تأثير السياسية الإعلامية في الأطر الإخبارية للقضايا العربية في قناة الجزيرة"، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).

(19) Mohamed El-Masry, et al.(2013) "Al-Jazeera and Al- Arabia Framing of the Israel- Palestine Conflict during War and Calm Periods**. The International Communication Gazette**.

(20) أميرة فتحي (2012) "المعالجة الإخبارية للأزمة العراقية في قناتي الجزيرة والـ CNN"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).

(21) Samuel K. Tesunbi and Irene C.Nwoye (2014) "The Relationship Between Media Use and Political Knowledge and Behavior: A Survey of Students of the First American-Styled University in Sub-Saharan Africa" **Global Studies Journal**, Vol. 6, No.1. P10.

(22) عبد الله حميد العنزى (2014) "دور وسائل الإعلام الكويتية فى تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتى" **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الشرق الأوسط: قسم الإعلام) ص ص74-79.

(23) Sue Skipwoth (2009) "A Differential Effect of Media on Political Attitudes of Younger and Older Adults" **Paper Presented At the Annual Meeting Of the Southern Political Science Association**, New Orleans. Jan 07. P11.

(24) Jang, Won Yong (2005) "Analysis of the Mediating Effect of Political Discussion and Internet Use Variables on the Relationship Between Civic

Education and Discursive Participation: A Structural Equations Framework " **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, New York City. P11.

(25) Natalia Waechter, Patricia Loncle, and Andreas Walther (2009) "Political Participation and Youth (Counter) Culture" **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Sociological Association Annual Meeting**, San Francisco, Aug 07. P5.

(26) Kwan Yoon (2010) "Political Culture of Individualism and Collectivism" **Unpublished PhD Dissertation**, Political Science Department, University of Michigan. P11.

(27) محمد نبيل الألفي. إدماج الشباب في الحكم من خلال تفعيل مشاركتهم بالعمليات الانتخابية المختلفة: دراسة ميدانية. في: **المؤتمر السنوي الأول لشباب الباحثين بعنوان "رؤية شباب الباحثين لمستقبل مصر".** المركز العربي للبحوث والدراسات. وزارة الشباب والرياضة. 13-14 ديسمبر 2014.

(28) Dietram A. Scheufele, James Shanahan, and Sei-Hill Kim (2002), "Who Cares about Local Politics? Media Influences on Local Political Involvement, Issue Awareness, and Attitude Strength" **Journalism & Mass Communication Quarterly**, vol 79, P429.

(29) أيمن حسن أبوعريضة (2009) "دور الصحافة الفلسطينية فى تنمية الوعى السياسي لدى الشباب الفلسطينى: دراسة مسحية فى قطاع غزة" **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الدول العربية: المنظمة العربية للتربية والثقافة ,معهد البحوث والدراسات العربية, قسم البحوث والدراسات الإعلامية) ص293.

(30) أميرة سمير طه (2005) "دور القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة فى إدراك أفراد المجتمع المصرى لمناخ حرية الرأى وتأثير ذلك على مشاركتهم السياسية" **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, قسم الإذاعة والتليفزيون) ص299.

(31) سارة محمود السيد حمودة (2011) " دور التليفزيون فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو أزمات التنمية السياسية فى مصر" **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, قسم الإذاعة والتليفزيون) ص221.

(32) سارة محمد نصر (2018) " المعالجة الإعلامية لأداء مؤسسة الرئاسة فى برامج الحوار التليفزيونية وعلاقتها باتجاهات الجمهور"، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون)

(33) أميرة عبد الرحمن محمد (2017) "دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية في تشكيل الصورة الذهنية للثورة المصرية لدى طلاب الجامعات"، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال)

(34) إيمان محمد عبد الهادي. المعالجة التلفزيونية للقضايا السياسية في البرامج الحوارية ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب المصري. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. قسم العلوم السياسية، 2016)

(35) نسمة محمد محمد، **مرجع سابق**.

(36) حنان يسري عبد اللطيف. اتجاهات النخبة المصرية نحو معالجة القنوات الفضائية العربية لأحداث ثورة 25 يناير (كنموذج لثورات الربيع العربي): دراسة ميدانية. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016)

(37) إيمان محمد عبد الهادي. المعالجة التلفزيونية للقضايا السياسية في البرامج الحوارية ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب المصري. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. قسم العلوم السياسية، 2016)

(38) سارة طلعت عباس محمد. الاستقطاب السياسي في معالجة الصحف والتلفزيون لأحداث العنف السياسي بمصر ودوره في تشكيل اتجاهات المراهقين نحوها. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2016)

(39) ELIZABETH A. MINTON, T. BETTINA CORNWELL and LYNN R. KAHLE, "(2017) A theoretical review of consumer priming: Prospective theory, retrospective theory, and the affective–behavioral–cognitive model", Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav., 16:pp 309–321 .

(40) Catherine r. squires and sarah j. jackson. Reducing Race: News Themes in the 2008 Primaries. In: **International Journal of Press/Politics**. Vol 15. No (4). 2010. Pp 375–400

(41) Paul R. Brewer et al (2003) "Priming or Framing: Media Influence on Attitudes Towards Foreign Countries", **In: International Gazette**. Vol 65. No 6. Dec. Pp 492-494.

(42) Daniel Stevens., Susan Banducci., Jeffrey Karp and Jack Vowels. (2009) "Media, Priming, and Leadership Evaluations in Britain" **Paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association 67th Annual National Conference,** Chicago, IL, Apr 02, p.4

(43) Todd Donovan. Caroline J. Tolbert. Daniel A. Smith. Priming Presidential Votes by Direct Democracy. **The Journal of Politics**, Vol. 70, No. 4, October 2008, Pp. 1217–1231.

(44) Gabriel S. Lenz**.** Learning and Opinion Change, Not Priming: Reconsidering the Priming Hypothesis. **American Journal of Political Science,** Vol. 53, No. 4, October 2009, Pp. 821–837

(45) Jae Kook Lee., "Exploring effects of knowledge and interest on agenda setting" **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Chicago, IL, Aug (2008), p.6

(46) Edwin A. Locke, **Theory Building, Replication, and Behavioral Priming** Where Do We Need to Go From Here? First Published May 18, 2015 Research Article Available in :https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1745691614567231

(47) Ryan clasen, "Information Effects and Campaign Effects: Maximum Effects for Minimum Citizens?" **Paper Presented at the Annual Meeting of the APSA 2008 Annual Meeting**, Hynes convention center, Massachusetts, Aug 28, (2008), p.11.

(48)Wouter van der Brug. Holli A. Semetko. Patti M. Valkenburg. Media Priming in a Multi-Party Context: A Controlled Naturalistic Study in Political Communication. In: **Political Behavior**. Vol29. 2007. Pp 115-141. Pp 115-141.

(49) Jae Kook Lee., "Exploring effects of knowledge and interest on agenda setting" **Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Chicago, IL, Aug (2008), p.7.

(50) MEREDITH JEAN MORRIS , THE PRIMING EFFECTS OF MEDIA FRAMES IN REGARD TO NEWS IMAGES AND STEREOTYPES HELD BY HISPANIC AUDIENCES, B.S. J. University of Florida, 2006, A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in the Nicholson School of Communication in the College of Sciences at the University of Central Florida Orlando, Florida Summer Term 2013. Available in: http://etd.fcla.edu/CF/CFE0004894/MeredithMorris_FinalThesis.pdf

(51) آية محمد على. التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017)

(52) محمد عبد الحميد. **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. (القاهرة: عالم الكتب. 1997)، ص ص 158-159.

(53) هشام عطية، **مناهج البحث الإعلامي**، (القاهرة: عالم الكتاب، 2004).ص 86.

(54) عاطف عدلي العبد. **تصميم وتنفيذ لستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية.** (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).

(55) جولي بالانت، ترجمة خالد العامري، **التحليل الإحصائي باستخدام برامج "Spss"**، ط2، (القاهرة:دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2006).

(56) نورهان إبراهيم. العوامل المرتبطة بالأداء المهني لمرسلي البرامج الرياضية بالقنوات الرياضية الفضائية المتخصصة. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، قسم الإدارة الرياضية والترويج. 2020) .

57( )محمد عبد الفتاح حسين. مدخل مقترح لإدارة تكلفة الإنتاج الإعلامي لتلبية احتياجات متخذي القرارات في ظل التقنية الحديثة للفضائيات: دراسة تطبيقية على فضائية الأقصى بفلسطين. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة قناة السويس: كلية التجارة، قسم المحاسبة والمراجعة، 2018)

58( )محمد فتحي عبد السميع. إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام، 2019)

(59) عائشة جمال الدين وعدة بوعزة. استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري: دراسة وصفية تحليلية بمحطة ورقلة الجهوية. **رسالة ماجستير غير منشورة**. (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، 2015)

(60) إيمان عز الدين دوابه. دور قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية في نشر الوعي بثقافة الاختلاف لدى الطلاب. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد 2. المجلد 16. 2017.

(61) راجعت الباحثة ما يلي:

- مخطوطة الجمل - **معجم وتفسير لغوي لكلمات القرآن**، حسن عز الدين بن حسين بن عبد الفتاح أحمد الجمل، (٥٦/٢)، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣ - ٢٠٠٨ م، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر.
- **لسان العرب**، محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري، (٩٤،٩٠/٩ ،(الطبعة الثالثة،١٤١٤) دار صادر، بيروت.
- وهبة الزحيلي. **مفهوم الخلاف النوعي من منظور شرعي. ندوة تطور العلوم الفقهية: النظرية الفقهية**. وزارة الأوقاف. سلطنة عمان. 2013. ص 4
- بدور بنت عبد الله المطوع. الخلاف والاختلاف، ضبط المراد، وتحديد المآل: دراسة تأصيلية نقدية. **المجلد الرابع من العدد الخامس والثلاثين لحولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بجامعة الإسكندرية**. 2019. العدد 4، المجلد 35. ص 747، متاح على الرابط الالكتروني:
https://bfda.journals.ekb.eg/article_63682_610efa3c906d4bf9e74730.c734b1d399.pdf

- ماهر ياسين فحل الهيبي. **أثر اختلاف الأسانيد والمتون في اختلاف الفقهاء**. دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان. 2009. ص 9.

62( )محمد معلم عبد الله عبد القادر. **قيم التسامح وقبول الآخر في المجتمع الصومالي**. في: المؤتمر الدولي للجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية: التسامح وقبول الآخر. الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية. المجلد 2. 2017. ص 1221

63( )محمد هزاع المريخي (2020) تأثير البرامج الحوارية التليفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي، **البحوث الإعلامية**، عدد 53، جزء2، ص410-414.

(64) Paul Katsafanas. Fanaticism and Sacred Values. **PHILOSOPHERS IMPRINT**. VOL 19. NO 17. MAY 2019. P 1

(65) Sulih Indra Dewia , Akhirul Aminulloh. Social Media: Democracy in the Shadow of Fanaticism. **Proceeding of The 3rd Conference on Communication, Culture and Media Studies**. Yogyakarta, 18-20 October 2016. P 79.

66( )دعاء حامد الغوابي. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز ثقافة الاختلاف السياسي لدى الشباب المصري. **بحث منشور في المؤتمر العلمي الخامس بعنوان دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام**. كلية الإعلام. الجامعة الحديثة. ديسمبر 2021.

67( )إيمان عز الدين داوية. **مرجع سابق**. 2017.

(68) محمد بن صوشة. الاعتراف وإشكالية التسامح الوطني. **مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية**. الجزائر. مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع. 2018. ص ص 109- 110